

Trabajo Fin de Grado

Investigación para toma de decisiones en el sector
editorial: Cómo publicar

Research for making decisions in the publishing
sector: How to publish

Autor

Víctor Barrera Lacruz

Directores

Julio Jiménez

Carolina Herrando

Facultad de Economía y Empresa

2019

Información y resumen

Autor del trabajo: Víctor Barrera Lacruz

Director del trabajo: Julio Jiménez Martínez

Título del trabajo: Investigación para toma de decisiones en el sector editorial: cómo publicar

Titulación: Grado en Administración y dirección de empresas

Este trabajo está relacionado con la rama empresarial del marketing e investigación de mercados. La temática principal que hemos tratado es el sector del libro en España. Durante el desarrollo del trabajo nos hemos centrado en la investigación del sector editorial en la actualidad. Para ello hemos analizado datos de ventas en los últimos años, los formatos de publicación que tiene el autor a su alcance, los puntos de venta del libro y la estructura del sector, desde el escritor hasta el lector.

Además de analizar el sector y su evolución mediante datos objetivos de diversas fuentes, hemos realizado un trabajo de investigación utilizando las herramientas adecuadas que nos ayuden a tomar la mejor decisión posible: publicar nuestro primer libro. De esta forma hemos podido conocer cómo funciona este sector desde diferentes puntos de vista.

This work is related to the business branch of marketing and market research. The main topic is the publishing sector in Spain. In the content of the work we have focused on the research of the publishing sector nowadays. For it, we have analyzed sales data in recent years, the formats of publication that the author has, the points of sale of the book and the structure of the sector, from the writer to the reader.

Furthermore to analyzing the sector and its evolution through objective data from different sources, we have done a research work using the convenient tools. The purpose is to make the best decision when publishing our first book. In this way, we have been able to know how this sector works from different points of view.

Índice

1.	Introducción.....	1
2.	Contexto histórico: historia del libro.....	3
	Generación actual: La era multimedia	5
3.	Canales de venta y soportes de edición	6
3.1.	Una visión general a la actualidad	6
3.2.	Canales de venta	7
3.3.	Soportes de edición	9
	Libro digital	9
	Libro de bolsillo.....	10
4.	Ventas y facturación.....	12
4.1.	El precio del libro.....	13
4.2.	Datos de facturación.....	14
4.3.	Facturación según el tamaño de la editorial	15
5.	Estructura del sector editorial	17
5.1.	Agentes del sector	18
6.	Formas de publicación.....	20
6.1.	Libro en papel con editorial tradicional	20
6.2.	Autoedición y autopublicación.....	22
6.3.	Editoriales por encargo.....	23
	Libros impresos.....	24
	Libros digitales.....	25
6.4.	Otras formas de publicación	25
7.	Herramientas de investigación: Entrevista	26
7.1.	Entrevista en puntos de venta	27
7.2.	Entrevista Estudio escritura	28
8.	Conclusiones y recomendaciones	30
9.	Bibliografía.....	33
10.	Tabla índice de gráficos	35
11.	Tabla índice de ilustraciones.....	35
12.	Anexos.....	36
	I. Entrevista en librerías.....	36
	II. Entrevista en Estudio de escritura. Julio Espinosa	38

1. Introducción

Durante muchos siglos el **libro** ha sido la principal fuente de conocimiento, el medio por el cual la información y las ideas se transmitían. Poco a poco esto ha ido cambiando con el paso del tiempo debido a la aparición de los medios de comunicación modernos. Actualmente con la difusión masiva de información a través de internet, el libro ha pasado a cumplir una función de ocio y entretenimiento. ¿Cómo ha conseguido adaptarse este sector a las nuevas necesidades de los consumidores?

Nuestro trabajo estará guiado a través de la idea de edición y publicación de un libro de ciencia ficción por parte de un escritor novel. Considero este tema de estudio relevante porque muchos de los autores que quieren publicar su primera obra desconocen cómo hacerlo y desconocen el sector y su funcionamiento.

Nuestra situación inicial es la de un joven escritor que quiere publicar su primera obra literaria y hacerse un hueco en el mundo del libro en España. Por tanto, la **aplicación práctica y utilidad pública** para cualquiera que se encuentre en su misma situación será aconsejar al escritor cual es la forma óptima para publicar, desde el punto de vista económico y empresarial.

En relación a la línea del trabajo “Investigación para la toma de decisiones”, utilizaremos **herramientas** de investigación para conseguir nuestro **objetivo**: conocer el sector editorial, las distintas formas de publicación y el mercado del libro en España.

Finalmente, basándonos en aspectos como la situación actual del mercado, las distintas formas de publicación y el presupuesto inicial, aportaremos una serie de conclusiones y recomendaciones dirigidas a los escritores noveles cuya intención sea lanzar su primera publicación para poder hacerse un hueco en el sector del libro, darse a conocer mediante su obra y llegar al lector.

El **contenido** que trataremos a continuación estará dividido en diferentes capítulos.

- En primer lugar desarrollaremos una breve introducción con el contexto histórico del libro en Europa. Posteriormente analizaremos la situación actual en España del sector editorial donde hablaremos de la evolución y distribución de las ventas, las características estructurales y distribución del sector o de los canales de venta que existen.

- Los últimos capítulos serán de mayor aplicación práctica para nuestro trabajo de investigación. Allí exponemos las principales formas de publicación de las que dispone el autor a día de hoy, con sus ventajas e inconvenientes. Por último, desarrollamos el trabajo de investigación realizado mediante la entrevista como herramienta para ello.
- Finalmente, en las conclusiones veremos cuál es el camino más adecuado que bajo mi punto de vista y apoyándome en los resultados obtenidos, debería seguir el autor novel que quiere lanzar su primer escrito.

2. Contexto histórico: historia del libro

Figuras ilustres como Francisco de Quevedo, Lope de Vega o Miguel de Cervantes con su ingenioso Hidalgo don Quijote de la Mancha iniciaron una revolución que quedaría para la historia del arte, conocida como el Siglo de Oro español. En la actualidad contamos con autores a la altura de los mencionados anteriormente: Vargas Llosa, Cela, Mendoza o García Márquez son ejemplos del buen momento por el que pasa la literatura hispánica.

En aquella época la distribución de los libros no era nada sencilla. Los propios autores escribían a mano los ejemplares, para posteriormente llevarlos a la imprenta y conseguir así una mayor distribución.

En torno a mediados del siglo XV la aparición de la **imprenta** de la mano de Johannes Gutenberg en el corazón de Europa (actual Alemania) supuso una revolución total en la literatura universal, y marcó un antes y un después en la edición del libro. Unos años después, a finales de ese siglo llegó por primera vez a España. (Schwanitz, 2006)

La imprenta permitió la reproducción de una copia del texto en múltiples ejemplares. Las grandes ventajas que supuso su irrupción fueron el **abaratamiento del producto**, y la amplitud de su **difusión**. (Moll, 1984)

Wendell Phillips:

“Lo que la pólvora ha hecho por la guerra, la imprenta lo ha hecho por la mente”

Posteriormente, en plena **revolución industrial**, la introducción de maquinaria más moderna para la producción de papel y las prensas para imprimir utilizando el mismo funcionamiento que la máquina de vapor, llevaron los avances tecnológicos de la revolución industrial a la producción de libros. Estas dos técnicas hicieron **bajar los precios** de los libros notablemente mientras que **aumentaba su producción**. Por otra parte, la composición seguía haciéndose manualmente, generando un cuello de botella en la producción. (Wikipedia, 2019)

Con el paso de los años se produjeron avances técnicos que permitieron mejorar el proceso productivo. En este aspecto, en 1886 Ottmar Mergenthaler inventa la **linotipia**, que mecaniza el proceso de composición de un texto para ser impreso, y en 1887 Tolbert Lanston desarrolla la Monotype, que componía y fundía letras sueltas. Unos años

después, ya en el siglo XX, estas técnicas de impresión son perfeccionadas y sustituidas por la **impresión Ófset**. (Wikipedia, 2019)

Gráficamente podemos apreciar como con la mecanización del proceso de impresión y composición se consiguió un aumento exponencial en la producción.¹

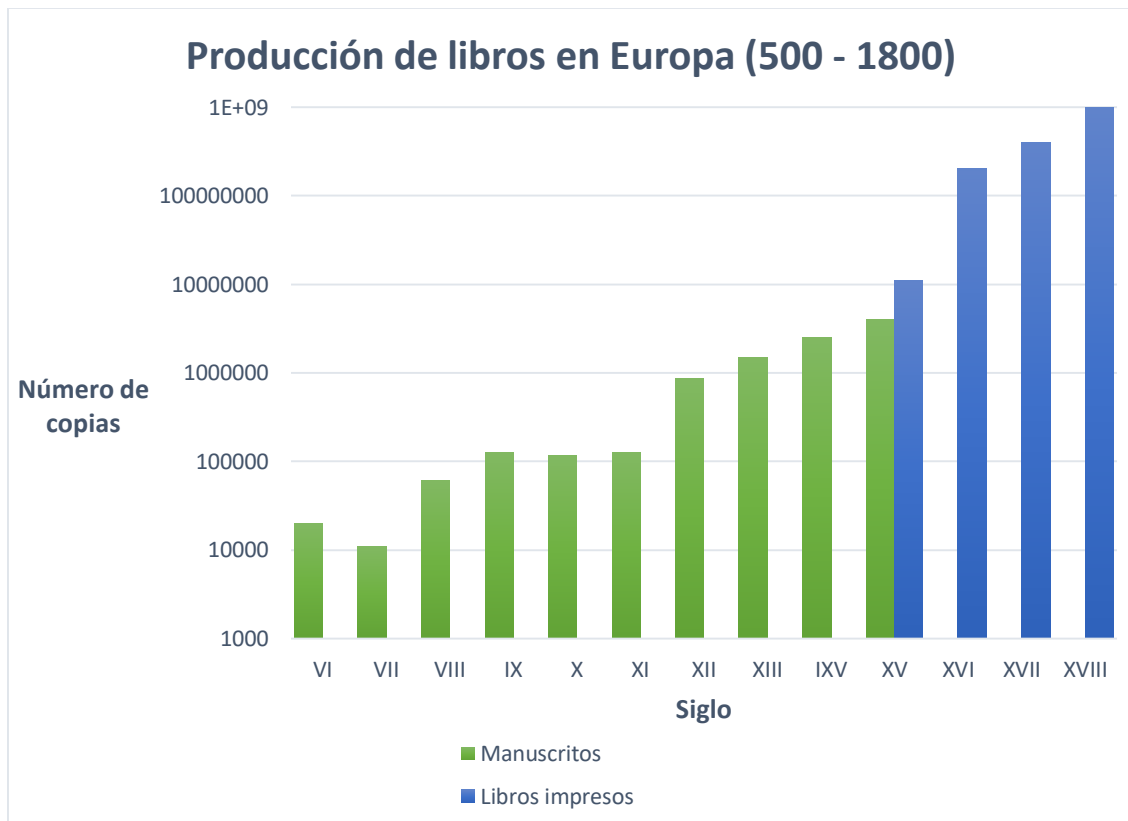


Gráfico 2-1. Producción de libros en Europa

Datos obtenidos de: Buringh, Eltjo; van Zanden, Jan Luiten: "Charting the "Rise of the West": Manuscripts and Printed Books in Europe, A Long-Term Perspective from the Sixth through Eighteenth Centuries", *The Journal of Economic History*, Vol. 69, No. 2 (2009), pp. 409–445 (416–417, tables 1&2), CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=17678764>

¹ Estos datos no incluyen los libros producidos en la zona de Europa sureste, formada por el imperio Bizantino y posteriormente por el imperio Otomano.

Generación actual: La era multimedia

La generación actual ha presenciado en los últimos años una revolución llena de cambios, comparable a la repercusión e impacto que tuvo la imprenta a finales de la Edad Media, debido en gran medida al desarrollo de las tecnologías de la información.

La implantación de **Internet** a nivel mundial durante los primeros años del actual siglo provocó un importante descenso de los costes de producción y una mayor difusión, con lo que se amplió de forma exponencial el **acceso a la información**.

El **sector editorial** ha evolucionado de la mano de estas tecnologías de la información en las últimas décadas. Internet ha ido moldeando un cambio en este sector, que se ha adaptado a las necesidades de los consumidores. Con ello han nacido nuevas formas de entender el libro, ahora ya no solo podemos hablar del libro en papel, si no que aparecen elementos como el libro digital o el audiolibro.

Anteriormente a la irrupción de las nuevas tecnologías solo se concebía una única forma de edición literaria: contacto con la editorial, y posterior distribución de forma física a los puntos de venta. En cambio, a partir de mediados de la década de los 2000 las nuevas formas de edición comenzaron a tomar importancia haciéndose poco a poco un hueco en el mercado, contando en la actualidad con un amplio abanico de edición y publicación literaria, más allá del formato físico del libro y venta en librerías.

3. Canales de venta y soportes de edición

3.1. Una visión general a la actualidad

Hablar del sector del libro en pleno siglo XXI en nuestro país, es hacerlo de uno de los principales motores económicos dentro del panorama cultural español. España ha sido durante muchos años uno de los principales países de producción literaria, y actualmente no es menos. Esto lo podemos contrastar mediante datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, que afirman: *“el sector de Libros y prensa aportó en 2015 el 0,8% del PIB total y el 33,7% del PIB en el conjunto de actividades culturales”* (MECD, 2018). Además de ello, es una importante fuente generadora de empleo. *“En 2016, en España, el empleo cultural en su conjunto proporcionó 544.700 puestos de trabajo, 49.750 de ellos —el 9,1%— en el ámbito de la edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales de forma directa”* (MECD, 2018)².

A pesar de la crisis y del actual proceso de transformación tecnológica, el sector del libro español continúa dando muestras de solidez y capacidad de adaptación, reflejando una importante actividad. Durante 2016, según los datos de la Agencia del ISBN recogidos en el estudio Panorámica de la Edición Española de Libros, *“iniciaron su actividad editorial 281 nuevas empresas, alcanzando las 3.026 editoriales en activo”* (MECD, 2018).

“Con más de 86.000 nuevos títulos anuales, España se mantiene como una de las principales potencias editoriales del mundo” (MECD, 2018)

Según datos de 2016 de la Federación de Editores Europeos (Federation of European Publishers, FEP), *“en el ámbito europeo España es el 5º país con mayor disponibilidad de títulos tras Reino Unido, Alemania, Italia y Francia y el 4º, superando en este caso a Italia, en publicación anual de novedades”*.

Si nos fijamos en libros per cápita, encontramos a España como uno de los países europeos con mayor producción de nuevos títulos por habitante durante 2015 y 2016. Además, a nivel internacional ocupa un 9º puesto en valor de mercado; ranking que encabezan países como Noruega, Alemania o EE.UU. (Ruediger Wischenbart, 2017)

² Ministerio de Educación, cultura y deporte. Gobierno de España

En definitiva, la industria editorial española es una de las más potentes y antiguas de Europa y una de las industrias españolas con mayor proyección internacional. Un mercado que en los tres últimos años comienza a dar signos de recuperación tras la notable caída a partir de 2008. No obstante, su evolución vendrá marcada en los próximos años por la necesidad de ajustar la producción lo máximo posible a la demanda del mercado y su adaptación a las transformaciones tecnológicas (MECD, 2018)

3.2. Canales de venta

España dispone de una de las redes de librerías más antiguas y extensas de Europa, con alrededor de 4.000 establecimientos a día de hoy. Esto hace que la relación de librerías por habitante en España se sitúe muy por encima de la media europea. Como se aprecia en el gráfico 3.1, la **librería**³ se mantiene como el principal canal de venta con un 35% de la facturación total, a pesar del descenso en su cifra de ventas durante los años de crisis económica. Dentro de este canal encontramos que las librerías más grandes muestran una mejor evolución de las pequeñas (MECD, 2018).

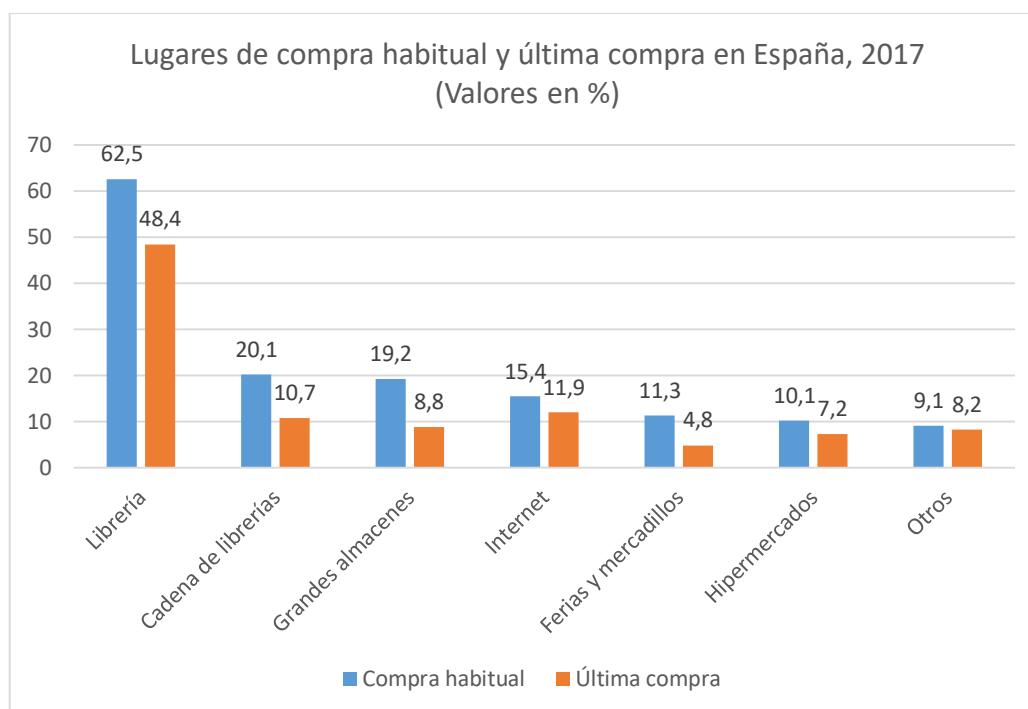


Gráfico 3-1. Lugares de compra habitual y última compra en España

³ Se considera únicamente como librería el establecimiento con ventas superiores a los 150.000 euros anuales, o inferiores pero en las que al menos el 50% de sus ventas son de libros. Se excluyen las grandes superficies, las grandes cadenas (empresas que cuentan con al menos 25 locales y al menos 50 asalariados), grandes superficies culturales o librerías que no utilizan el establecimiento comercial como canal de venta.

Fuente Gráfico 3.1: Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España (FGEE)⁴

Por otra parte, resulta muy relevante el rápido crecimiento de la compra de libros por **Internet**, liderada por Amazon, en los últimos cinco años. Canal que ha pasado de ocupar el séptimo puesto en 2012 como lugar de compra del último libro adquirido al segundo, aunque muy lejos de las librerías. Internet además, ocupa el cuarto lugar de compra habitual de libros, con un 15,4% (FGEE, 2018).⁵

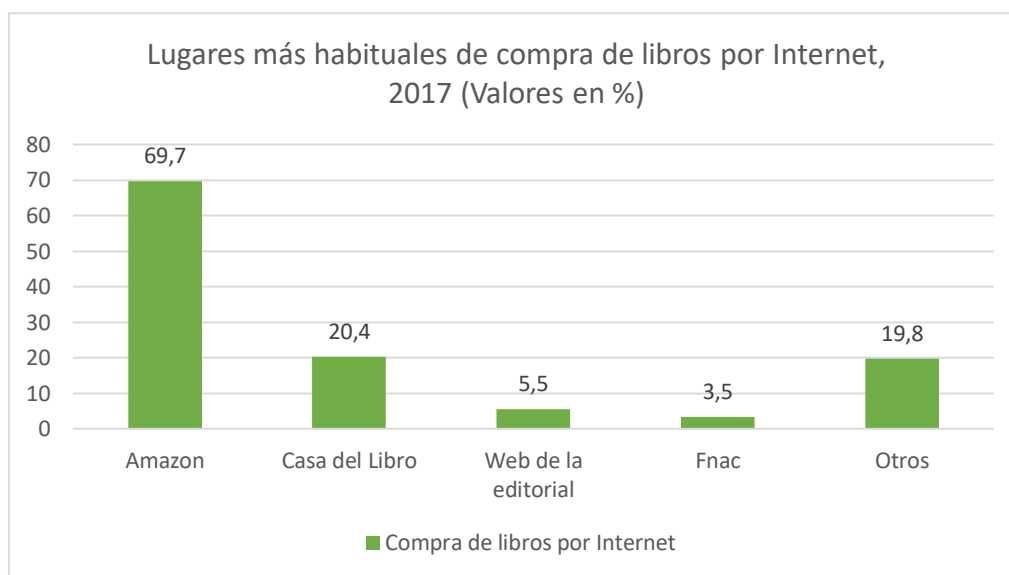


Gráfico 3-2. Lugares más habituales de compra de libros por internet

Fuente: Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España (FGEE)

Centrándonos en las librerías como principal canal de venta, encontramos altibajos en su evolución en los últimos años, aunque parece que la tendencia indica una ligera recuperación (gráfico 3.3). Casi la mitad de estas librerías actualmente (42%) se reparten entre las comunidades de Madrid, Cataluña y Andalucía (MECD, 2018).

Además, casi una cuarta parte de las librerías (22,4%) vende por Internet, facturando un promedio del 11% de sus ventas. Este canal, que poco a poco va ganando terreno, es más utilizado por las librerías más grandes y en las especializadas. Por último, añadir que 1 de cada 10 vende libros en formato digital (CEGAL, 2016).

⁴ Federación de gremios de editores de España

⁵ Las encuestas realizadas para elaborar los gráficos 3.1 y 3.2 han sido de respuesta múltiple, con lo cual la suma de los porcentajes supera el 100%.

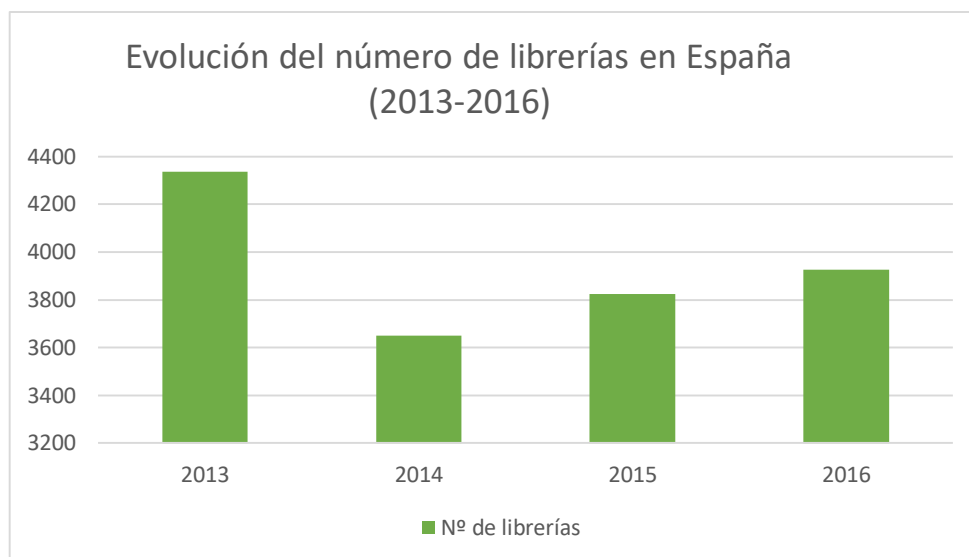


Gráfico 3-3. Evolución del número de librerías en España

Fuente: Mapa de Librerías 2016 (CEGAL)

3.3. Soportes de edición

A continuación vamos a exponer la actualidad en relación a los soportes de edición en España. Para ello nos apoyamos en los datos obtenidos mediante Panorámica de la Edición de Libros en España.

“En 2016 se registraron un total de 60.763 registros ISBN correspondientes a libros en papel, lo que supone un 6,4% más que en el año anterior. Esto representa el 70,6% del total de títulos publicados” (MECD, 2018).

Libro digital

Dentro del 30% restante que abarcan los soportes no físicos, el libro digital es el más destacado. La edición de libros digitales ha ido ganando peso durante la última década de manera continuada. En el año 2016 se registraron un total de 23.656 registros ISBN, casi 3.000 más que el año anterior, lo cual representa el 27% del total de ediciones. (MECD, 2018) ⁶

⁶ Es importante matizar que las cifras recogidas en esta publicación de la Panorámica de la Edición Española de Libros proceden de los datos de libros registrados en la Agencia del ISBN. Estos datos excluyen a una parte de la edición, particularmente la referida a libros auto-editados. En consecuencia, estos datos deben tomarse con cautela y como una referencia de la evolución.

El crecimiento del **libro digital**⁷ coincidió con los primeros años de la crisis económica, pero en los últimos años su producción se ha mantenido bastante estable en torno al 25% del total. Es una evolución importante, pero no lo suficiente como para afirmar que este soporte vaya a desbancar al libro en papel en los próximos años, ya que parece haberse frenado.

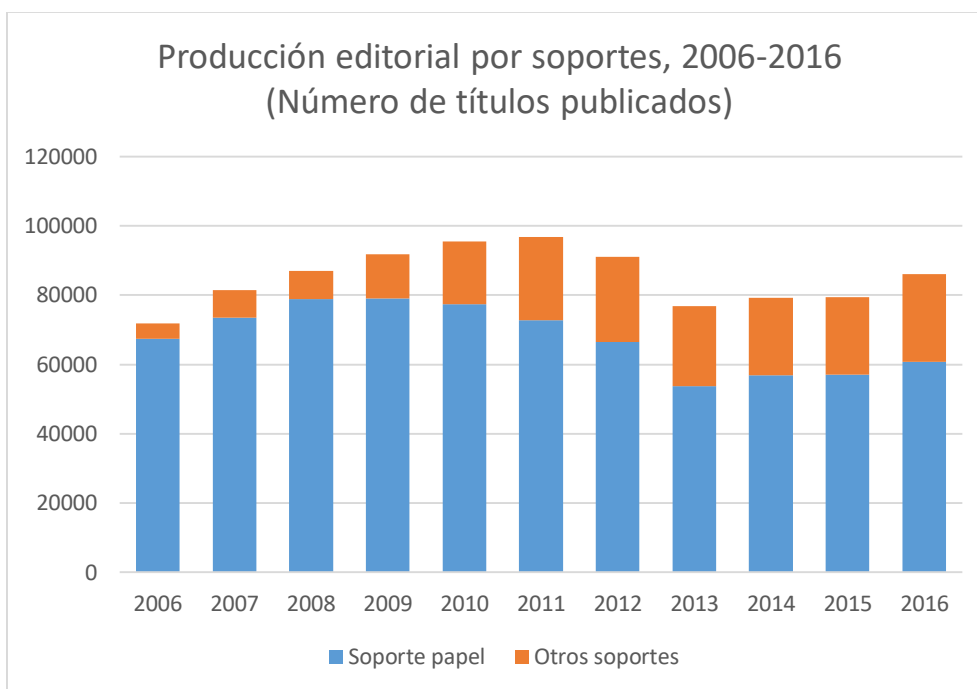


Gráfico 3-4. Producción editorial por soportes

Fuente: *Panorámica de la Edición Española de Libros (MECD)*

Libro de bolsillo

Dentro de las ediciones de libros físicos, encontramos un tipo de ejemplares mucho más económicos que algunas editoriales comercializan en el mercado: el **libro de bolsillo**. De acuerdo con los datos de Comercio Interior del Libro en España, “*el número de títulos editados en formato bolsillo aumentó en 2016 un 6,2% con respecto al año anterior, gracias a las 4.471 publicaciones*” (FGEE, 2017).

⁷ El término “libro digital” engloba únicamente los archivos de Internet, Pdf, ePub, Mobi y otros ebook. El libro digital forma parte de la categoría “edición electrónica”, en la que también se contabilizan los libros en soporte informático.

Este dato rompe con la tendencia a la baja de los últimos años. A pesar de ello, esto no se ha conseguido reflejar en un aumento de las ventas, que siguen cayendo año tras año.

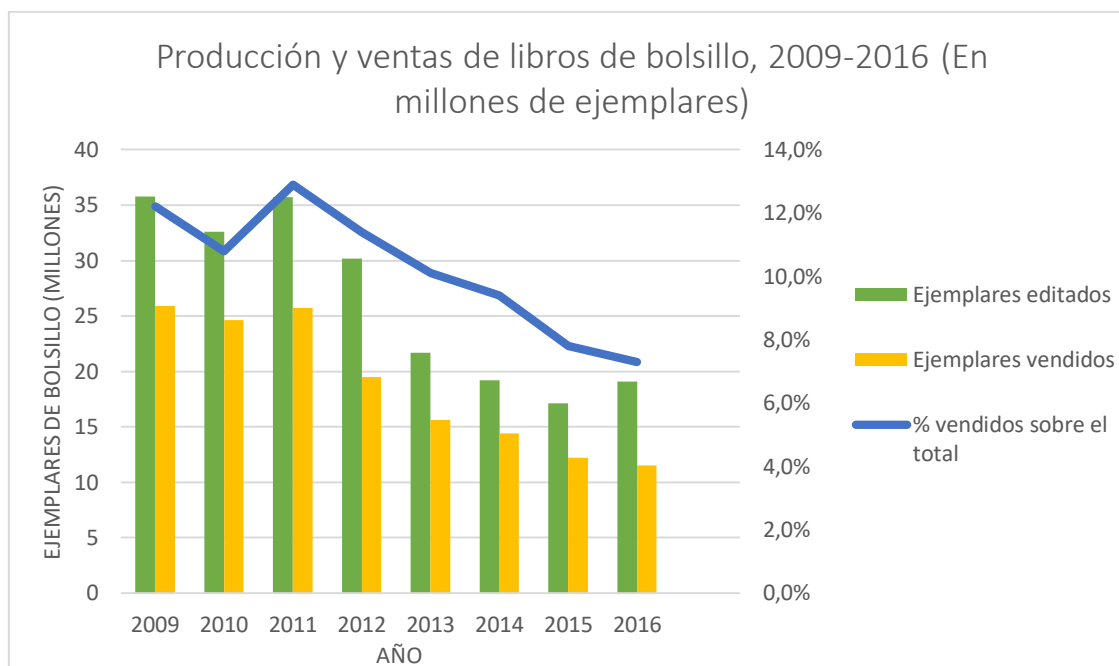


Gráfico 3-5. Producción y ventas de libros de bolsillo

Fuente: Comercio Interior del Libro en España (FGEE)

Este tipo de publicaciones ha sido uno de los más afectados por la recesión financiera. De hecho *“la facturación del libro de bolsillo ha descendido un 51% en los últimos cinco años (entre 2012 y 2016)”* (FGEE, 2017).

Por último, a pesar del descenso en las ventas, este formato es una vía para publicar **más ejemplares por título**. La **tirada media** del libro de bolsillo aumentó hasta los 4.281 ejemplares por título en 2016, lo que le supera de forma clara la tirada media global, situada en 2.749 ejemplares por título. Además, las editoriales muy grandes y las medianas son las que editan mayor número de títulos en formato bolsillo (FGEE, 2017).

Si nos fijamos en la temática de este tipo de formato, se aprecia que el libro de bolsillo está claramente enfocado hacia la **novela contemporánea**, ya que casi 2 de cada 3 euros facturados con el libro de bolsillo corresponden a novelas de este estilo en 2016 (63%). Esto corresponde con que más de la mitad de ejemplares vendidos de bolsillo fueron novela contemporánea (54%) (FGEE, 2017).

4. Ventas y facturación

El impacto la crisis financiera en el año 2008 afectó a la mayoría de sectores de la economía española, y el sector del libro también fue uno de ellos, experimentando año tras año un notorio descenso en su cifra de ventas debido a una reducción de la demanda.

Otros factores también tomaron importancia en este descenso de las ventas, como el proceso de **cambio en los hábitos de consumo** influido en gran medida por la evolución de las nuevas tecnologías.

“Esto se hizo más evidente entre los años 2008 y 2013, entre los cuales se acumuló una bajada de casi 1.000 millones de euros. Pero A partir de 2014 se interrumpe la tendencia a la baja y el sector comienza a recuperarse, facturando un 0,6% más que en el ejercicio anterior, seguido por unos incrementos interanuales del 2,8% y 2,7% en 2015 y 2016 respectivamente” (FGEE, 2018).

“Si nos comparamos con el resto de países, España ocupa en 2017 el noveno puesto en cuanto al volumen de ventas. Si relacionamos ese volumen de ventas con el número de habitantes, España se sitúa en sexta posición” (Ruediger Wischenbart, 2017).

Otro dato interesante es la relación entre ejemplares vendidos y publicados. En España desde 2014 se ha mantenido bastante estable, rondando el 70%. Con lo cual, en torno al 30% restante de los libros que se editan se devuelven a la editorial.

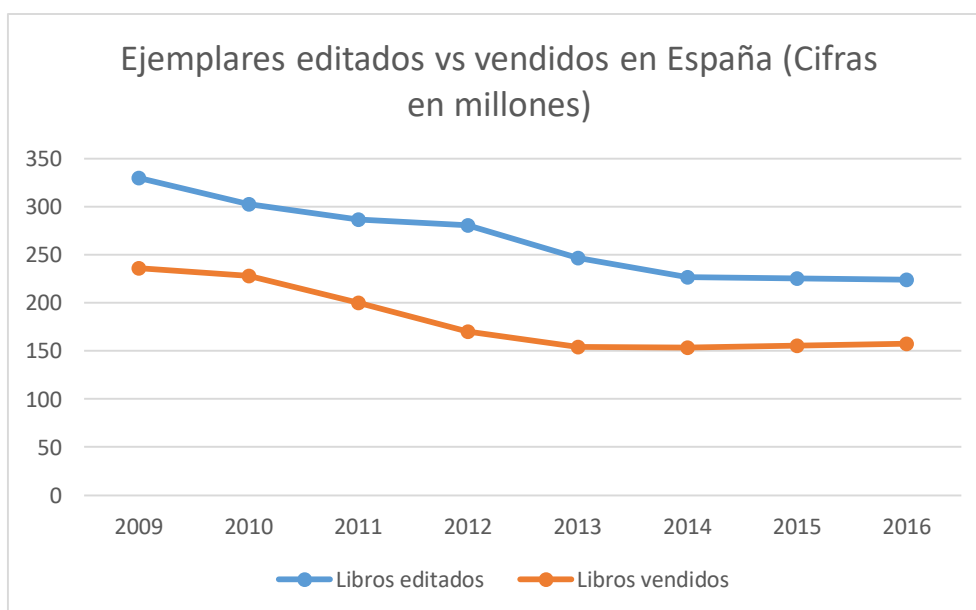


Gráfico 4-1. Ejemplares editados y vendidos en España

Fuente gráfico 4.1: Comercio Interior del Libro en España (FGEE)

4.1. El precio del libro

El precio no sigue una evolución clara durante la última década, experimentando subidas y bajadas constantes, siempre rondando los **20€** de media por ejemplar.⁸ Con lo cual, esto no nos permite establecer relaciones causa-efecto con la evolución en las ventas.

Más interesante que la evolución de los precios es la **comparación de precios** entre el libro físico y el libro digital. De esta forma se puede observar una evidente diferencia entre ambos formatos. Concretamente, el precio del libro digital se sitúa un 41% por debajo del precio del libro impreso en el año 2016. Esto parece bastante razonable, ya que los costes de producción y distribución son bastante menores en el libro digital. (MECD, 2018)

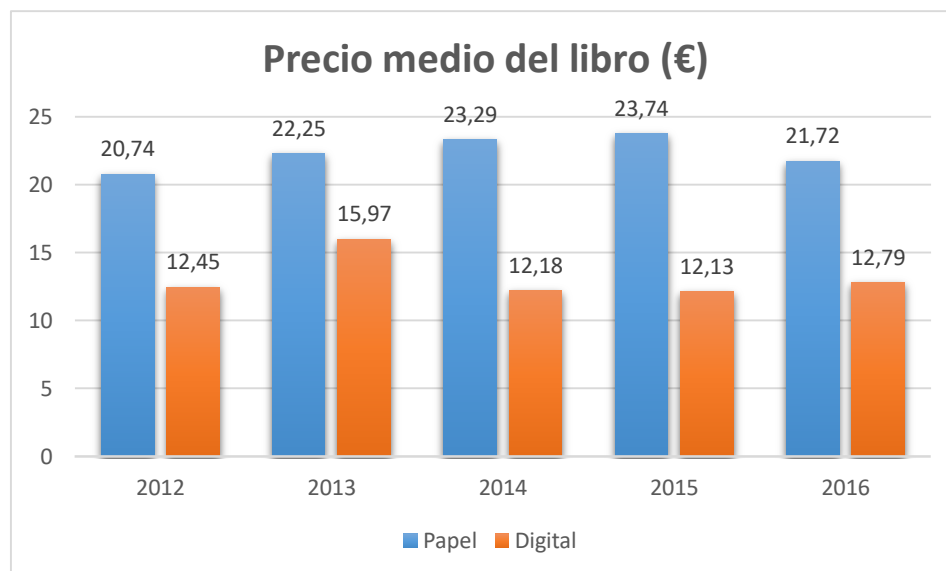


Gráfico 4-2. Precio medio del libro

Fuente: Panorámica de la Edición Española de Libros (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte)

Además la literatura infantil y juvenil son los géneros con menor precio en ambos formatos. Por el contrario, los libros de texto son los que tienen un precio más elevado tanto en digital como en papel (MECD, 2018).

⁸ Se incluyen todo tipo de libros en cualquier soporte de publicación.

4.2. Datos de facturación

Si nos fijamos en la forma en la que se distribuyen estas ventas, vemos una semejanza con otros sectores productivos: la **concentración geográfica**.

Los datos del sector del libro durante 2016 no son muy distintos a los de la última década. *“Las empresas editoriales asociadas a los gremios⁹ de Cataluña y Madrid lideran el mercado del libro con el 93,2% de los ingresos entre ambas comunidades. Dejando tan solo un 7% de la facturación para el resto de comunidades autónomas”* (FGEE, 2018).

Esto es debido a que las editoriales más grandes se tienen su sede en las comunidades de Madrid y Cataluña. Por ejemplo, Planeta y Penguin Random House se sitúan en Barcelona.

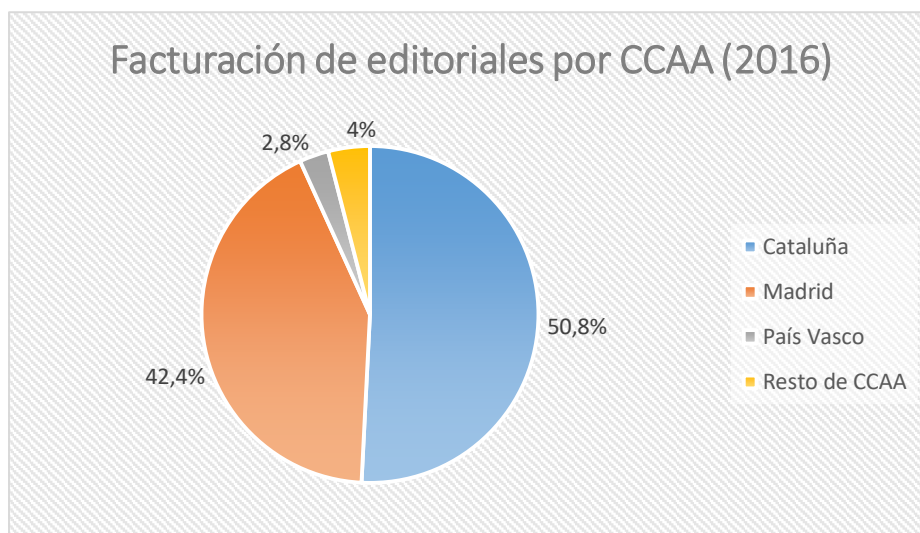


Gráfico 4-3. Facturación de editoriales por CC.AA.

Fuente: Comercio Interior del Libro en España (FGEE)

Otro dato destacable es el destino de las ventas en el mercado interior. A diferencia de la producción editorial, aquí no tenemos una concentración geográfica tan acusada. Nos encontramos un reparto más homogéneo, en función de la población de cada comunidad (gráfico 4.4).

⁹ Estos datos se refieren a las editoriales asociadas a alguno de los gremios editores de España. Con lo cual no es una muestra orientativa de la realidad, no es totalmente representativa.

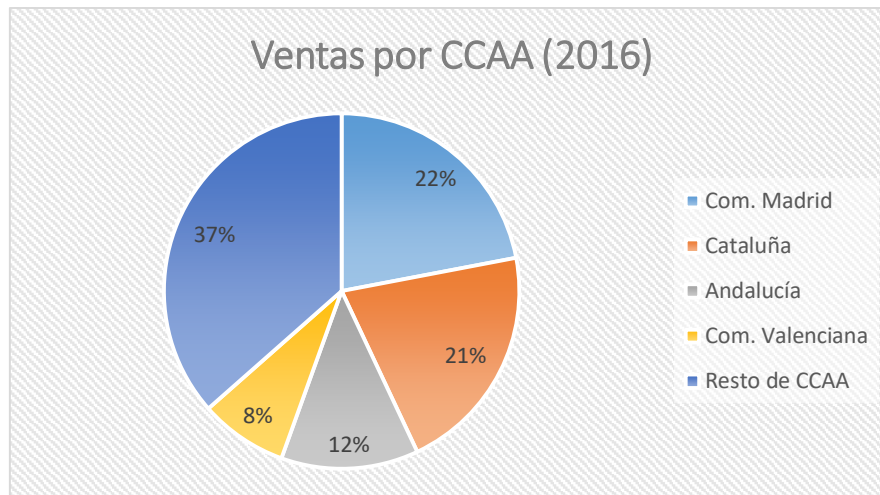


Gráfico 4-4. Ventas por CC.AA.

Fuente: Comercio Interior del Libro en España (FGEE)

4.3. Facturación según el tamaño de la editorial

“Las editoriales medianas y pequeñas facturan más del 38% del total”

A pesar de que las grandes editoriales se llevan gran parte de la facturación total, las pequeñas y medianas desempeñan un papel importante en el sector, en relación a ello, si las clasificamos según el tamaño de las editoriales: *“Las empresas pequeñas, que facturaron el 12,5% del total, las medianas, con una cuota del 25,9%, las grandes, que alcanzaron el 22,3% y las muy grandes con un 39,3%”* (FGEE, 2018).

“El impacto de los años de crisis sobre el sector editorial ha modificado su composición” (Alós, 2017).

En cuanto a la **evolución** de las editoriales durante los últimos años en España, es interesante destacar el estudio publicado por Ernest Alós en el artículo *“Ocho años de crisis y de concentración editorial”* en base a los datos de Nielsen, que recoge como se ha modificado en los últimos años el sector editorial. Este estudio concluye que entre los años 2008 y 2016 se ha producido un proceso de **concentración editorial** liderado por dos grandes editoriales, **Planeta y Penguin Random House**, que han absorbido editoriales de tamaño medio como Tusquets y Grup62 (Alós, 2017).

Como consecuencia, la cuota de mercado de ambos grupos ha aumentado de un 22,7% en 2008 a un 32,1% en 2016. Este crecimiento, según el artículo, se ha producido

en detrimento de las editoriales medianas, no de las pequeñas, que han aumentado su cuota de mercado. (Alós, 2017)

Por último, para ilustrar esto, nos vamos a centrar en las publicaciones literarias, sin contar los libros de texto, nos encontramos cómo ha cambiado este reparto entre 2008 y 2016:

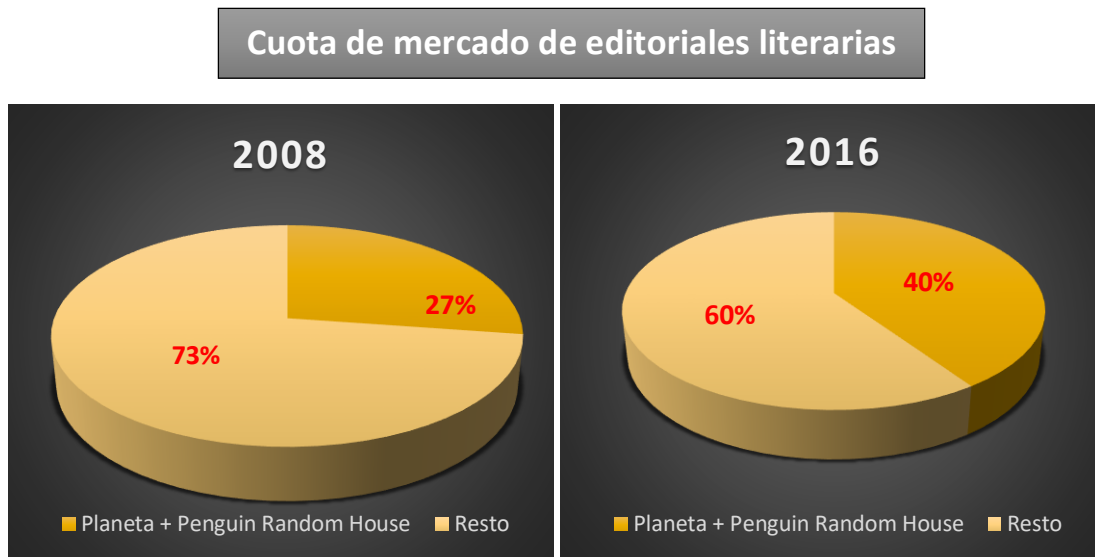


Gráfico 4-5. Cuota de mercado de editoriales literarias

Fuente: (Alós, 2017)

5. Estructura del sector editorial

Una vez que hemos analizado los datos y estadísticas del sector del libro en la actualidad de nuestro país, considero relevante analizar las **características** estructurales del sector, así como sus **fortalezas** y sus **debilidades**.

A grandes rasgos podríamos decir que este sector, en su forma tradicional, tiene la siguiente **estructura**:

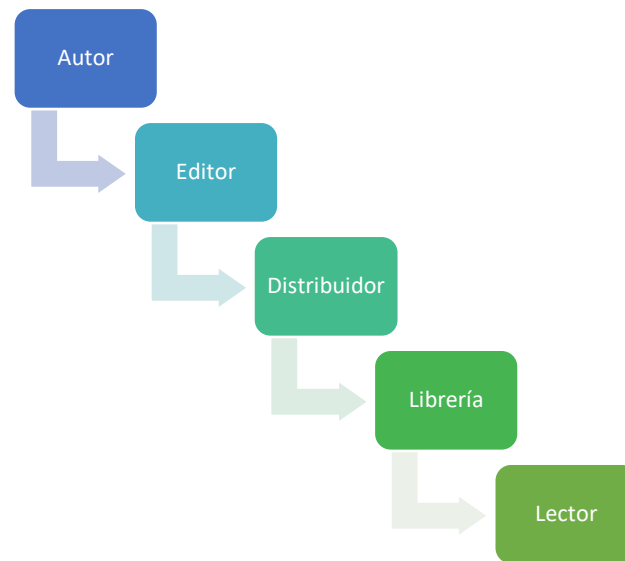


Ilustración 5-1. Estructura del sector editorial tradicional

Ya hemos visto que durante los últimos años se observa una ligera recuperación en cuanto a las ventas, la facturación y la publicación de títulos, no obstante encontramos serios problemas estructurales que afectan al desarrollo del sector.

En primer lugar, se puede apreciar una cierta tendencia al **oligopolio**, ya que las dos grandes editoriales en España han aumentado su cuota de mercado de manera sustancial desde el año 2008, lo cual ya hemos analizado en el apartado anterior. La consecuencia a corto y medio plazo es que les permite a las dos grandes editoriales tener un mayor control del mercado y mayor poder de negociación.

A largo plazo, en el caso de seguir esta tendencia, podría implicar el control total por parte de las dos grandes empresas y desaparición de las medianas editoriales, quedando pequeñas editoriales que sobrevivirán con una estrategia de especialización, dirigiéndose a nichos muy concretos.

Por otra parte, en referencia la entrevista realizada por Rosa de Bustos a José Antonio Millán (editor, escritor, lingüista y experto en nuevas tecnologías), para la revista UNE Libros, podríamos destacar varios puntos:

- La edición tiene **pocas barreras de entrada**, ya que no exige una gran inversión inicial, ni instalaciones o equipo especializado. Con lo cual es normal que sigan apareciendo nuevos escritores y editores pequeños (Millán, 2013).
- La **auto edición** tiene la parte positiva de que el autor del libro puede percibir hasta el 70% del precio de venta, pero la parte negativa es que esto se consigue en base a reducir costes tanto de distribución como de promoción, con lo cual es más difícil llegar al lector (Millán, 2013).
- *“El sector editorial español tiene debilidades estructurales en la distribución y comercialización. Es un sector con unas carencias terribles en el terreno de los datos, de la información”* (Millán, 2013).

5.1. Agentes del sector

Para continuar, veremos las fortalezas y debilidades del libro en papel, analizando también cada uno de los agentes que lo componen, para entender cómo funciona el sector del libro.

Como ya hemos visto anteriormente, casi 1 de cada 3 libros que se lanzan a la venta no terminan en manos del lector, con lo cual son devueltos a la editorial. *“Aquí se genera uno de los principales problemas del sector, ya que la mayoría de librerías trabaja con el sistema de depósito y contra-facturación por devoluciones de ejemplares no vendidos, lo que hace que sea el editor quien asuma el riesgo y las posibles pérdidas”*. Esto, a su vez, provoca que cada vez se arriesguen menos a la hora de lanzar nuevos títulos, afectando de forma negativa a la aparición de nuevos autores. (Pérez-Tomé, 2018)

“El lector sigue leyendo y consumiendo libros, lo que ha cambiado es la forma de hacerlo”

Otro de los problemas surge cuando la editorial deja de contar con el distribuidor para realizar un trabajo conjunto de marketing y comunicación, y se dedica simplemente a la logística. Muchas editoriales se preocupan más por asegurar sus ventas con algún autor reconocido que invertir en novedades. Además, otro problema que se suma a lo anterior es que en los últimos años ha surgido un gigante de la distribución: **Amazon**, que por supuesto ha afectado al sector del libro.

Y un dato que refuerza la tendencia hacia la que se dirige el sector es que *“España tiene a día de hoy más o menos unas 175 distribuidoras editoriales de todos los tamaños, en 2007 eran casi 400”* (Pérez-Tomé, 2018).

Por otra parte, ¿afecta esto a las librerías? La respuesta es sí. De hecho, y reafirmando el hecho de que la crisis ha cambiado la estructura del sector: *“desde 2007 hasta hoy (2018) han cerrado en España algo más de 7.000 librerías”* (Pérez-Tomé, 2018).

Y con ello volvemos a lo dicho anteriormente, es como la bola de nieve que se va haciendo cada vez mayor: la tendencia al oligopolio editorial. *“Esto provoca que los grandes sellos que pretenden dominar el mercado poco a poco sean más grandes, mientras que los pequeños editores sobreviven de las migajas.”* (Pérez-Tomé, 2018)

Por último, la aparición de otros formatos de publicación, donde destaca el libro digital, han mermado la venta de libros físicos, lo cual ha repercutido no solo en las librerías, sino también en las distribuidoras y editoriales, así como en el lector, quien tiene la última palabra y decide qué leer y cómo hacerlo dentro del amplio abanico de opciones que se ha generado en los últimos años.

¿Qué **conclusiones** podemos sacar de todo esto? En primer lugar, vivimos en un mundo hiper-conectado, donde podemos conseguir casi cualquier cosa a golpe de ratón, y el libro no se ha librado de ello. El sector del libro sigue vivo, sí, pero necesita **adaptarse** para poder sobrevivir.

El **editor**, como vemos, tiende a las grandes empresas que dominan el mercado, y al final el autor se verá forzado a recurrir a ellas si quiere asegurarse un buen número de ventas. Con las **librerías** pasa algo parecido, aunque a menor ritmo, sobreviven las grandes cadenas de librerías, donde podemos encontrar infinidad de títulos de todos los estilos; con ello las pequeñas solo tienen dos opciones: diferenciarse ofreciendo valor al lector o desaparecer. En medio de todo ello, entre la espada y la pared, se encuentra el **distribuidor**, ese punto de unión entre editorial y punto de venta, que frente a la aparición de las nuevas tecnologías necesita reaccionar y ofrecer valor al editor si no quiere ser devorado por gigantes como Amazon.

6. Formas de publicación

Tras analizar el funcionamiento y características del sector, vamos a la parte más práctica del trabajo: cómo publicar nuestro libro. A continuación exponemos las diferentes formas que existen para ello, y qué ventajas e inconvenientes presentan cada una de ellas. Durante el trabajo nos hemos centrado en el libro en papel, ya que es la principal vía de publicación, pero no la única. Durante los últimos años han ido surgiendo nuevos soportes de edición, de la mano de las nuevas tecnologías.

A modo de introducción, el escritor Humberto Pérez-Tomé nos ofrece su punto de vista sobre los formatos de edición de una novela:

- La **descarga electrónica** no ha hecho tanto daño al libro de papel como se pensaba en sus inicios. De hecho, desde el año 2013 la evolución del libro en papel ha sido mejor que la del libro digital en cuanto al número de títulos publicados (Pérez-Tomé, 2018)
- Los autores que se **auto publican** en formato **digital** por lo general tienen un número muy bajo de ventas. La razón de ello es la escasa labor de marketing que realizan, por lo que es mucho más difícil llegar al lector (Pérez-Tomé, 2018).
- Actualmente los libros son cada vez más selectos, es necesario **diferenciarse** para destacar y llegar al consumidor, ya sea en formato papel o digital. El mercado ha ido cambiando y se ha diversificado. El público lector, en su mayoría lee por placer y en papel (Pérez-Tomé, 2018).

6.1. Libro en papel con editorial tradicional

Publicar un libro conlleva un largo camino, no solo en cuanto a escribirlo, sino en cuanto a buscar la mejor manera para llegar hasta el lector.

La opción del libro en papel en colaboración con una editorial es la forma estándar de publicación, y la que en mi opinión, tras analizar el sector del libro en España, es la primera vía que debemos abordar si queremos asegurarnos una **mayor difusión y distribución** en puntos de venta. Para ello será necesario seguir una serie de pasos indispensables una vez escrito el libro.

Registrar la obra. Punto obligatorio si queremos evitar posibles plagios, necesitamos darla de alta en el registro correspondiente para proteger nuestra creación artística (Escritores.org, 2017). En España la más habitual es el Registro General de la

Propiedad Intelectual. Además, si vamos a comercializar el libro, también será necesario darlo de alta en el registro **ISBN**¹⁰.

Buscar editorial. Para poder publicar el libro es fundamental contar con la colaboración de una editorial, y para ello es importante identificar que editorial se adapta mejor a las características de lo que hemos escrito. Una vez identificadas las editoriales, deberemos enviar una carta de presentación junto con la propuesta editorial, donde incluiremos un breve resumen del libro y una muestra de escritura e información relevante (Escritores.org, 2017).

Aquí también es importante mencionar que antes de mandar el escrito a la editorial, en caso de aceptar nuestra propuesta, debemos contar con un **corrector**¹¹ para asegurarnos que no existan faltas de ortografía y que la redacción sea la mejor posible (Escritores.org, 2017).

Si la respuesta es afirmativa por parte de la editorial, comenzaremos un proceso de negociación con el editor para pactar las condiciones de edición y distribución. Además será interesante promocionar el libro tanto en redes sociales como en ferias y concursos literarios, para lo cual sería útil contar con los servicios de un **agente literario**, quien hará las labores de intermediario entre el autor y la editorial, además de ayudar con la promoción (Escritores.org, 2017).

Para ello, existen las **agencias literarias**, que son las que proporcionan estos servicios. El proceso de búsqueda de la agencia es similar al del editor: identificar cual puede encajar con nuestro perfil y ponernos en contacto con una carta de presentación.

Lo **positivo** de esta vía es que ganamos en calidad y nos ahorramos trabajo en distribución y promoción si vamos de la mano de la editorial. Por otra parte, dependemos de la editorial y nuestras ganancias por libro vendido serán de poco más del 10% del PVP.

¹⁰ “Un ISBN es un código normalizado internacional para libros (International Standard Book Number). El ISBN es un identificador de producto y no conlleva ninguna forma de protección legal ni de los derechos de propiedad, aunque en ciertos países como España es un requisito legal” (ISBN-International.org, 2014).

¹¹ Julio Espinosa menciona esta figura en la entrevista realizada para la investigación (Anexos II.10). Puede tratarse de una persona de confianza con conocimientos literarios o de una agencia o consultoría literaria.

Si todo el proceso va bien y llegamos a una negociación con el editor, ya estaremos listos para lanzar nuestra publicación a las librerías, junto con una labor de marketing y promoción para poder llegar al lector. Pero sabemos que lo más probable es que obtengamos un “no” por respuesta. *“De hecho, editan un porcentaje muy bajo de las propuestas de edición que reciben, no llega a un 1%, y en muchas ocasiones (principalmente los grandes grupos editoriales) son títulos que les llegan recomendados por un agente”* (Escritores.org, 2017).

¿Qué debemos hacer es esa situación? Existen diferentes alternativas para publicar, de las que vamos a hablar a continuación.

6.2. Autoedición y autopublicación

Con la **autoedición**, todas las tareas relacionadas con la corrección, maquetación y diseño corren a cargo del propio autor, con lo cual el trabajo que debe realizar será mucho mayor que si contamos con una editorial que nos respalde. Esto influirá en la calidad final del producto, que siempre será inferior con respecto a la versión en papel publicada por una editorial (Eguaras, 2018).

Los aspectos positivos son que casi cualquiera puede autopublicarse, ya que no existe ningún requisito para publicar. Los **costes se reducirán**, sobre todo si publicamos en versión digital porque nos ahorramos los costes de impresión. Además, de esta forma el autor no deberá ceder sus derechos a ningún tercero. También el porcentaje de **beneficio** para el autor es mucho mayor¹² ya que no contamos con intermediarios, exceptuando los gastos de distribución o gestión con la plataforma de publicación digital (Eguaras, 2018).

A pesar de ser una buena opción para escritores noveles, el trabajo invertido puede no verse reflejado en beneficio real, ya que será **difícil vender** una gran cantidad de ejemplares debido a que no estaremos presentes en las tiendas. Para ello sería muy útil darse a conocer mediante las redes sociales o los blogs y tener una comunidad que esté dispuesta a comprar el libro antes de lanzarlo (Eguaras, 2018).

Para lanzar el libro mediante la autoedición una vez esté listo podemos contar con plataformas que nos proporcionen mayor difusión, como Amazon KDP, iBooks Author y Kobo Writing Life. Todas ellas permiten la publicación digital en formato

¹² Con plataformas como Amazon KDP el autor percibe hasta el 70% de la cifra de ventas.

eBook, y además **Amazon Kindle** ha implantado recientemente la posibilidad de obtener el libro en papel en tiendas, pero será el autor quien se encargue de decidir cuál es la opción más rentable (Eguaras, 2018).

Si decidimos publicarlos en formato físico necesitaremos contratar los servicios de impresión. *“Para ello es aconsejable controlar la cantidad de ejemplares a imprimir. No hacer tiradas muy grandes y ser prudente ya que siempre hay tiempo para encargar más impresiones”* (Blog de imprimir mi libro, 2014)

Por otra parte, tenemos la **autopublicación**, cuya diferencia con la autoedición está en la **profesionalización de los servicios**. En este caso el escritor subcontrata a otras empresas especializadas para realizar los servicios correspondientes, con lo cual esto requiere una inversión mayor que la autoedición, pero a cambio *“con la autopublicación, el escritor se asegura de presentar al mundo un libro de mayor calidad”* (Eguaras, 2018).

Por último, si decidimos optar por cualquiera de estas dos opciones, sería interesante dar **visibilidad** a nuestro libro para poder llegar al lector, por ejemplo contratando servicios de posicionamiento web y marketing digital para nuestras redes sociales y blogs.

6.3. Editoriales por encargo

Las editoriales por encargo son empresas que funcionan vía **internet**, y se dedican a publicar libros que reciben de los escritores. Se les podría llamar “imprentas digitales”, ya que el autor decide cómo y cuánto producir.

“Si solo se quiere imprimir ejemplares para regalar a familiares y amigos una editorial por encargo o contratar profesionales autónomos puede ser el camino más sencillo. Al contrario, si la intención es publicar con editoriales tradicionales para labrarse un camino como escritor, publicar con una editorial de este tipo o la autoedición tal vez no sean lo más acertado” (Eguaras, 2018).

En relación a nuestra investigación, vamos a analizar cómo funcionan este tipo de editoriales mediante una de las empresas más importantes de este tipo actualmente en España: **Bubok**. Para ello, nos pusimos en contacto con Bubok y solicitamos información sobre cómo publicar con ellos.

Esta empresa es una editorial online de edición independiente, que permite a los autores la posibilidad de publicar sus obras. Además ofrece gran cantidad de servicios

relacionados con la edición como maquetación, certificación, consultoría, diseño o impresión (Bubok.es, 2019).

Bubok no cambia los libros ni hace modificaciones en los libros si no se contratan los servicios necesarios. La **ventaja** de ello es que es muy sencillo publicar, pero el **inconveniente** es que las obras no pasan ningún filtro o corrección si así lo desea el autor, con lo que la calidad editorial se puede ver mermada. En cuanto al **coste de publicación** con este tipo de editoriales, este es muy **variable**, ya que va a depender de los servicios que decida contratar el autor. Si queremos algo más profesional y de buena calidad necesitaremos una mayor inversión.

Para publicar un libro con Bubok el autor debe crear una cuenta en la web. Para realizar el proceso es necesitaremos el libro en formato PDF, datos del libro, formato decidido, portadas y precio. Para ello, existen tres posibilidades de publicación. Libros impresos, libros digitales en PDF y libros digitales en E-PUB (Herranz, 2018)

En cuanto a las condiciones para el autor que trabaja con esta editorial son las siguientes (Herranz, 2018):

- El autor siempre es el que decide lo que quiere para su libro (Precio, edición, portada, formato...)
- Las regalías de las ventas que se realizan a través de Bubok se reparten en un 80% para el autor y un 20% para Bubok.
- Si por el contrario el autor decide distribuir su libro en puntos de venta externos a Bubok, el reparto de beneficios por ventas es el siguiente:
 - 50% plataforma digital de venta.
 - 40% para el autor
 - 10% para Bubok
- El autor controla las ventas, tanto a través de Bubok como en plataformas externas.

Libros impresos

Bubok trabaja con el sistema de **impresión bajo demanda**, es decir, no hay libros en stock. Se imprimen en el momento en el cual el lector lo pide. No es necesario hacer grandes tiradas de libros, aunque también es una posibilidad si el autor así lo desea. Los

libros en papel se pueden comprar mediante Bubok o mediante otras plataformas como Amazon o La casa del libro. La impresión de libros y los servicios editoriales son dos cosas distintas y van por separado. (Herranz, 2018)

Libros digitales

Versión en PDF

Para vender un libro digital y obtener beneficios con su venta en PDF, se necesita un ISBN digital. Si el autor desea que su libro pueda venderse en otros puntos de venta como Corte Inglés, Casa del Libro, Fnac o Agapea, deberá pasar por el servicio de revisión de librerías, para verificar que es apto para la venta en esas plataformas. (Herranz, 2018)

Versión en E-Pub

Esta versión está pensada principalmente para la venta en Amazon., que vende especialmente libros en formato Kindle. Para ello, requiere una maquetación especial para ajustarse a estos dispositivos. El libro deberá tener un ISBN especial para este formato, estar maquetado y además ser revisado por Bubok. Lo bueno del formato digital es que nos ahorramos los costes de impresión. (Herranz, 2018)

Con las editoriales por encargo, la gran ventaja es que el escritor tiene un **gran control** sobre su obra y es él mismo quien que toma todas las **decisiones de comercialización**, además es un proceso sencillo. Pero, ¿realmente podemos llegar al lector con este tipo de editoriales? Mi conclusión es que es muy difícil, ya que estas editoriales son simplemente un medio para publicar de manera sencilla y con **poca inversión**, pero la **distribución** y **marketing** son tareas que deberá realizar el escritor, o en su caso subcontratar si quiere dar visibilidad a la obra, y aun así no podremos llegar a competir en las librerías con las publicaciones de las grandes editoriales.

6.4. Otras formas de publicación

A parte de las anteriores vías de publicación de un libro, existen otras menos conocidas como el **mecenazgo** o el **crowdfunding**, que consisten en obtener financiación de terceros, ya sean empresas o particulares respectivamente. (Eguaras, 2018). Estas dos maneras de publicación conllevan mayor organización y trabajo, además debemos de estar seguros de poder contar con el apoyo de terceros, con lo cual quedan como última opción para nuestro proyecto.

7. Herramientas de investigación: Entrevista

El método de investigación que vamos a utilizar para llevar a cabo este trabajo es la entrevista personal, cuyo objetivo es el de **recoger información** de forma directa. En nuestro caso, considero que es el método de investigación más útil, ya que nos permitirá conocer de primera mano y desde diferentes puntos de vista el mundo editorial, lo cual enriquecerá nuestra búsqueda, aportando una visión más detallada y cercana.

Dentro de los diferentes tipos de entrevistas que existen, me he decantado por la **entrevista personal semiestructurada**. La razón de esta elección es que en una entrevista personal tenemos un contacto más directo con el entrevistado, captando detalles de su lenguaje no verbal que no se podrían obtener si contactamos por e-mail o por teléfono.

Este tipo de entrevistas tienen como objetivo conocer sobre una temática determinada a partir de un guion establecido por el entrevistador. La gran **ventaja** de una entrevista semiestructurada es que tenemos más **libertad** de desarrollo y mayor **agilidad**, tanto para el entrevistador como para el entrevistado, ya que a partir de las respuestas del entrevistado se enlazan otros temas, con lo que tenemos una estructura **flexible** y vamos adaptando las preguntas a lo largo de la conversación. Para ello se realizan preguntas abiertas con el fin de dar la oportunidad al entrevistado de expresar sus ideas y obtener una **información** más **completa y precisa**. (Rull, et al., 2016)

Previamente realizaré un trabajo de **búsqueda** de posibles **entrevistados**. En nuestro caso, al tratarse de un tema muy concreto necesitaremos contactar con gente especializada en el mundo del libro. Este aspecto es también una de las principales razones por las que hemos elegido la entrevista como herramienta de investigación, ya que nos permite seleccionar con quien queremos contactar, lo que no nos permitiría una encuesta o sería complicado realizar un focus group de un tema tan específico.

Una vez obtenidos los entrevistados, elaboramos un guion con las preguntas necesarias para obtener la información necesaria. Además las preguntas y su orden variarán en función de quien sea el entrevistado y del desarrollo de la entrevista. (García, et al., s.f.)

Durante la entrevista es importante: *“Mantener una actitud abierta y positiva que favorezca y facilite la comunicación para desarrollar una conversación, no un interrogatorio”* (Rull, et al., 2016).

Para **recoger la información** de las entrevistas, hemos utilizado papel y boli para anotar las ideas principales que en las entrevistas en las librerías, ya que serán algo más concisas y breves. Por otra parte, utilizaremos grabadora de audio para nuestra entrevista con el escritor Julio Espinosa. La ventaja de ello es que nos permite registrar todo lo que se dice durante la entrevista, ya que es más larga y se abordan diversos temas.

En las entrevistas en las librerías nos pidieron conservar su anonimato. Por el contrario, Julio Espinosa no puso ningún condicionante para ello. Los entrevistados han sido informados al principio de la entrevista sobre el uso de sistemas de grabación, además de la finalidad académica de la misma.

7.1. Entrevista en puntos de venta

En primer lugar realizamos dos entrevistas en grandes librerías de Zaragoza: **La Casa del Libro y Librería General**, donde en ambas tiendas nos atendieron sendas trabajadoras en los respectivos establecimientos.

De estas entrevistas, las **conclusiones** más interesantes que merece la pena destacar son las siguientes:

- Las empresas **distribuidoras** son los principales **proveedores** de las librerías, y cuanto mayor sea, mayor es el poder de negociación que tiene sobre las librerías [Anexo I.1]. De hecho, con algunas de ellas se firman contratos para la establecer una relación comercial a largo plazo [Anexo I.2].
- Los **libros auto publicados** tienen una cuota de mercado muy pequeña en comparación con los distribuidos por una editorial [Anexo I.1]. Además se suelen vender por demanda del cliente Anexo [Anexo I.3], con lo cual, a pesar de ser una buena opción de cara a reducir los costes y obtener mayor porcentaje de beneficio por parte del autor la desventaja es la escasa distribución y promoción.
- Debido al gran número de novedades que van saliendo a la venta, las librerías necesitan cierta **rotación**, con lo que los libros menos vendidos son los primeros en salir de stock [Anexo I.5].

- A finales de la década pasado se produjo un notable descenso de las ventas, en gran parte por la crisis económica pero también por la aparición de las **nuevas tecnologías**, que permitieron al consumidor adquirir libros por otros medios a un menor precio [Anexo I.7].

En la sección de anexos exponemos la conversación, donde se ha incluido lo más interesante de cara a nuestro estudio, con fragmentos de ambas conversaciones, ya que las preguntas fueron similares en las dos entrevistas. Allí se pueden contrastar las conclusiones obtenidas con los testimonios de los entrevistados.

7.2. Entrevista Estudio escritura



Ilustración 7-1. Julio Espinosa

(Estudio de escritura SLU, 2018)

Llevamos a cabo la siguiente entrevista con un reconocido escritor chileno: **Julio Espinosa Guerra**. Nacido en Chile en 1974, su obra se centra en la novela y en la poesía. Se traslada a España en 2001 y recientemente, en el año 2016, es el fundador y cabeza visible del proyecto “*Estudio de escritura*” en Zaragoza.

Julio ha sido ganador del Premio Fundación Pablo Neruda a la trayectoria en 2011, además de haber sido finalista del Premio Herralde de novela y editado su poesía y narrativa con las mejores editoriales de nuestra lengua, como Pre-Textos, Alfaguara y Candaya (Estudio de escritura SLU, 2018).

A continuación, exponemos los puntos clave que se pueden extraer de la entrevista con Julio. En la sección de anexos se incluye la conversación íntegra que tuvimos en su Estudio de escritura. Nos aportó una visión lo más objetiva posible desde el lado artístico de un escritor.

- Actualmente, tan importante como ser un buen escritor y ofrecer material de calidad, lo es saber venderse. Es primordial tener detrás una **comunidad** que te siga y que esté dispuesta a comprar tus libros, sobre todo si se trata de un autor novel. De hecho, algunos de los grandes ventas en la actualidad son cantantes,

actores o “youtubers” que se han lanzado al mundo editorial sabiendo que iban a tener éxito. [Anexo II.5]

- Es importante que desde edades tempranas se enseñe en los colegios el valor de la **cultura**, y en este caso de la escritura. Con eventos como los concursos literarios en los colegios se promueve tanto la escritura como la lectura. [Anexo II.2]
- Las editoriales necesitan **diferenciarse**, atendiendo a las diferentes temáticas que ofrece el mundo literario para poder generar valor y confianza en el lector, cosa que se está perdiendo a día de hoy. De esta manera, el escritor sabrá con qué editorial trabajar, en función de las características de su obra. [Anexo II.6]
- Las grandes editoriales a día de hoy siguen dos **estrategias** para maximizar sus ventas y por tanto su beneficio, algunas de ellas incluso combinan ambas estrategias: [Anexo II.6]
 - Publicar un libro de lo que se denomina un **autor “social-media”**, con escasa o nula trayectoria literaria, pero que gracias a su gran número de seguidores se aseguran un éxito en ventas.
 - Formar a largo plazo una **masa crítica** de lectores que confíen en sus publicaciones, que por lo general son del mismo corte. Con ello consiguen que el lector confíe en la editorial y en sus publicaciones.
- Si un autor quiere publicar algo nuevo debe tomarse su tiempo para intentar que sea lo mejor posible, para ello es aconsejable rodearse de profesionales que le ayuden a dicha tarea, además de identificar en que editorial puede encajar mejor su libro [10]. Actualmente algunos autores se preocupan de publicar a toda costa, sin pensar en todo el proceso que lleva detrás. [Anexo II.7]
- Publicar es más fácil que nunca, pero vender cada vez es más difícil en un **mercado masificado**. Quizás las editoriales online y la auto-publicación sean una buena idea para publicar a corto plazo y a un bajo coste, pero no te aseguran llegar al lector. [Anexo II.8]
- En cuanto a precios y **distribución del beneficio**, por lo general el autor percibe en torno al 15% del precio de venta de su libro. El resto se reparte a partes iguales entre punto de venta, distribuidor y editorial. En los mejores casos, si hablamos de escritores de alto caché, pueden llegar a obtener hasta un 50%. [Anexo II.9]

8. Conclusiones y recomendaciones

Una vez analizado el entramado del sector editorial con datos, estadísticas y opiniones de expertos, hemos obtenido de todo ello una serie de **conclusiones** de aplicación práctica.

En cuanto a la realización del trabajo he encontrado alguna dificultad. La principal **limitación** en mi trabajo de investigación ha sido la imposibilidad de contactar con una editorial que estuviera dispuesta a concedernos una entrevista para hablar de su funcionamiento. La gran mayoría de editoriales tanto grandes como pequeñas se ubican en la Comunidad autónoma de Madrid y Cataluña, por tanto en mi lugar de residencia, Zaragoza, las pocas editoriales que existen y con las que he contactado no accedieron a realizar la entrevista.

Habría sido interesante conocer de primera mano cómo el autor contacta con la editorial y cómo comercializan los libros, además de conocer la distribución que realizan en los puntos de venta.

Es importante recordar la trascendencia del estudio realizado, cuya **utilidad pública** es aportar información de utilidad y asesorar a los escritores noveles que quieren iniciar una carrera literaria con su primera publicación.

¿Es posible a día de hoy publicar un nuevo título sin ser un autor de prestigio? Por supuesto, de hecho las opciones y vías para hacerlo son más variadas que nunca. Tanto si se quiere optar por el formato físico como por el digital.

Ahora bien ¿Es posible sacar una rentabilidad económica con tu primer libro publicado, y que ello te permita iniciar una carrera profesional en el mundo del libro? En este aspecto, existen dificultades y problemas que lo hacen improbable. En un mercado saturado donde cada vez hay más oferta y la demanda se mantiene constante, es necesario no solo ofrecer algo diferente y de calidad sino también saber venderlo. En muchos casos el lector compra un libro por el autor, no por el libro en sí.

Hemos visto como el sector del libro ha evolucionado y se ha adaptado a las nuevas tecnología. El impacto que ha tenido **internet** sobre el libro, desde la aparición de formatos como el libro digital hasta las editoriales surgidas a través de internet, ha dado un vuelco a la forma de entender el libro y el sector. Esta revolución ha visto nacer a vendedores y distribuidores a escala global como Amazon y Google, convertidos

actualmente en gigantes con los que es difícil competir. En nuestra mano está saber aprovechar estos nuevos recursos. A pesar de ello, en el sector editorial, las editoriales convencionales y las librerías siguen teniendo un mayor volumen de ventas.

A continuación vamos a exponer las **recomendaciones** personales que tras canalizar toda la información obtenida, creo que pueden ser de ayuda para el escritor novel. En cuanto a las formas de publicación editorial:

- La primera opción, sea cual sea tu libro, debe ser editar en papel mediante una **editorial tradicional**, a pesar lo difícil que es conseguir publicar con una editorial importante. Las editoriales van a darte una **calidad, distribución y presencia** en librerías, que a día de hoy siguen siendo el principal punto de venta, inigualables con otras vías de publicación. Para ello juegan un papel importante las asesorías editoriales, quienes te corregirán y te ayudarán a ofrecer una mayor calidad; y las agencias literarias, que se encargarán de buscar a la editorial adecuada y mover tu libro en busca del editor que acepte tu propuesta.
- Si esta primera opción no funciona tras varios intentos, apuesta por el **formato digital**, mediante la **autopublicación** o **autoedición**, en función de tu presupuesto. El E-book no es la principal forma de leer a día de hoy, pero tiene su cuota de mercado. Posteriormente, si vemos una buena respuesta de los lectores, podemos optar por lanzar la versión en papel, contratando los servicios necesarios. Para ello lo más importante es seleccionar el medio que te permita llegar al mayor número de lectores actualmente: **Amazon**. Además es importante realizar un trabajo de marketing y promoción para dar a conocer tu libro.
- Por último, tenemos la posibilidad de las **editoriales online por encargo**, que a primera vista pueden parecer una opción interesante, pero si no tenemos visibilidad no conseguiremos ventas. Realmente ellos se encargan de editar, y el autor decide que servicios contratar. Nos dan una amplia distribución, pero nos tendremos que encargar de darle promoción y marketing. Quizás sea una mejor opción que la autoedición en E-book si disponemos de un mayor presupuesto y nos queremos ahorrar trabajo.

Por otra parte, tenemos otras recomendaciones más específicas a la hora de comercializar tu libro, más allá de la vía que elijas para editar:

- **Precio.** Si publicamos con una editorial serán ellos mismos quienes decidan el precio de venta del libro, así como el reparto de los ingresos generados. Ahora bien, si publicamos por nuestra cuenta, la decisión del precio la toma el propio escritor. En este caso, mi recomendación es que pongamos un precio de lanzamiento inferior a la media, lo que se conoce en marketing como técnica de **penetración al mercado** mediante precios. Por ejemplo, si autopublicamos en papel, el rango de precios adecuado sería entre los **10 y 15 €**, dependiendo también del género literario. Si editamos en formato electrónico, optaría por un precio inferior a los **10 €**. Más adelante, podremos variar el precio en función de las ventas y la demanda.
- **Género literario.** Es importante tener en cuenta que en función del género que vayas a escribir, tendrás que elegir que editorial puede encajar con tu libro. Además deberás cuidar detalles como la portada o el diseño. Por ejemplo, el libro de bolsillo sería una opción interesante si escribes novela contemporánea.
- **Geografía.** Si tu intención inicial es lanzar el libro en el ámbito nacional, debes asegurarte de que la distribución llega a las principales ciudades, tanto si se publica en papel como en digital. Además hay que tener en cuenta que las principales editoriales se encuentran en Madrid y Cataluña.

Como consejo general, independientemente de la forma de publicar, muévete, contacta con profesionales, acude a ferias y eventos, hazte visible a través de internet y no dejes de intentarlo si realmente crees que tu libro merece la pena. Publicar un libro con garantías de éxito exige un duro trabajo conjunto de edición y comunicación.

Una de las **claves** más importantes a la hora de editar y publicar tu obra es **darse a conocer**. Si el lector no te conoce, no conocerá tu obra, y difícilmente tendrás un buen número de ventas. Si publicas con una editorial, ellos harán gran parte de ese trabajo junto con la agencia literaria, pero si decides publicar por tu cuenta, eres tú mismo quien debe invertir en realizar esta tarea. Es fundamental crear una comunidad y hacerte visible, utilizando internet y las redes sociales.

Tim O'Reilly:

"El enemigo del autor no es la piratería, es el anonimato"

9. Bibliografía

Alós, E., 2017. *El Periódico*. [En línea]

Available at: https://www.elperiodicodearagon.com/noticias/escenarios/ocho-anos-crisis-concentracion-editorial_1214834.html

[Último acceso: 3 junio 2019].

Alós, E., 2017. *El Periódico*. [En línea]

Available at: <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20170713/cifras-mercado-editorial-libro-espana-2016-6165929>

[Último acceso: 3 junio 2019].

Blog de imprimir mi libro, 2014. *Imprimirmilibro.es*. [En línea]

Available at: <https://www.imprimirmilibro.es/blog/vender-tus-libros-autoeditarlos/>

[Último acceso: 15 junio 2019].

Bubok.es, 2019. *Bubok.es*. [En línea]

Available at: <https://www.bubok.es/>

[Último acceso: 7 marzo 2019].

CEGAL, 2016. *Mapa de Librerías 2016*, s.l.: s.n.

Eguaras, M., 2018. *Marianaeguaras.com*. [En línea]

Available at: <https://marianaeguaras.com/como-publicar-un-libro-opciones-de-financiacion-para-que-una-obra-sea-publicada/>

[Último acceso: 22 mayo 2019].

Escritores.org, 2017. *ESCRITORES.ORG*. [En línea]

Available at: <https://www.escritores.org/publicar>

[Último acceso: 8 junio 2019].

Estudio de escritura SLU, 2018. *Estudio de escritura*. [En línea]

Available at: <https://estudiodeescritura.com/>

[Último acceso: 10 Abril 2019].

FGEE, 2017. *Comercio Interior del Libro en España*, s.l.: s.n.

FGEE, 2018. *Comercio Interior del Libro en España*, s.l.: s.n.

García, M., Martínez, C., Matín, N. & Sánchez, L., s.f. *Metodología de Investigación Avanzada, La entrevista*, s.l.: s.n.

Herranz, D., 2018. *Bubok.es*, s.l.: s.n.

ISBN-International.org, 2014. [En línea]

Available at: [Un ISBN es un código normalizado internacional para libros \(International Standard Book Number\)](#)

[Último acceso: 12 junio 2019].

MECD, 2018. *El sector del libro en España*, s.l.: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

MECD, 2018. *Panorámica de la Edición Española de Libros*, s.l.: s.n.

Millán, J. A., 2013. *Une libros* [Entrevista] 2013.

Moll, J., 1984. *Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. [En línea]
Available at: http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-imprenta-manual/html/52c2fcee-2fac-4ae8-85a1-d9561b494917_2.html
[Último acceso: 6 mayo 2019].

Pérez-Tomé, H., 2018. *Galeradas*. [En línea]
Available at: <http://www.galeradas.info/category/sector-editorial/>
[Último acceso: 2 junio 2019].

Ruediger Wischenbart, C. a. C., 2017. *Book Map. How big is global publishing?*, Viena: s.n.

Rull, Ò. et al, 2016. *Redac_especializada*, Goole Sites. [En línea]
Available at: <https://sites.google.com/site/redacespecializada/home/cmo-elaborar-una-entrevista>
[Último acceso: 7 mayo 2019].

Schwanitz, D., 2006. *Wikipedia*. [En línea]
Available at: https://es.wikipedia.org/wiki/Imprenta#cite_note-3
[Último acceso: 7 mayo 2019].

Tentotwo, 2011. *Wikimedia commons*. [En línea]
Available at: <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=17678764>
[Último acceso: 25 abril 2019].

Wikipedia, 2019. *Wikipedia*. [En línea]
Available at: https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_libro
[Último acceso: 9 mayo 2019].

10. Tabla índice de gráficos

<i>Gráfico 2-1. Producción de libros en Europa</i>	<i>4</i>
<i>Gráfico 3-1. Lugares de compra habitual y última compra en España</i>	<i>7</i>
<i>Gráfico 3-2. Lugares más habituales de compra de libros por internet</i>	<i>8</i>
<i>Gráfico 3-3. Evolución del número de librerías en España</i>	<i>9</i>
<i>Gráfico 3-4. Producción editorial por soportes</i>	<i>10</i>
<i>Gráfico 3-5. Producción y ventas de libros de bolsillo</i>	<i>11</i>
<i>Gráfico 4-1. Ejemplares editados y vendidos en España</i>	<i>12</i>
<i>Gráfico 4-2. Precio medio del libro.....</i>	<i>13</i>
<i>Gráfico 4-3. Facturación de editoriales por CC.AA.</i>	<i>14</i>
<i>Gráfico 4-4. Ventas por CC.AA.</i>	<i>15</i>
<i>Gráfico 4-5. Cuota de mercado de editoriales literarias</i>	<i>16</i>

11. Tabla índice de ilustraciones

<i>Ilustración 5-1. Estructura del sector editorial tradicional</i>	<i>17</i>
<i>Ilustración 7-1. Julio Espinosa.....</i>	<i>28</i>

12. Anexos

I. Entrevista en librerías

Pregunta: ¿Quién es vuestro proveedor de libros? ¿Contactáis directamente con la editorial o son ellos los que se ponen en contacto con vosotros? ¿Existe alguna empresa intermediaria/ distribuidora?

[1] Respuesta: Nosotros trabajamos con las empresas distribuidoras de libros, podríamos decir que ellos son nuestros proveedores en la mayoría de los casos. Ellos vienen periódicamente para presentarnos su catálogo de novedades. Las grandes distribuidoras con varios meses de antelación incluso, y nosotros decidimos que libros vamos a comercializar.

Luego también trabajamos con alguna editorial pequeña o libros auto publicados, pero esos son solo un pequeño porcentaje de los libros que vendemos y sobre todo funcionan por encargo del cliente porque el stock que podemos tener en la tienda es limitado.

Pregunta: ¿Tenéis contratos de larga duración con las editoriales/distribuidoras o trabajáis según pedido o demanda?

[2] Respuesta: En el caso de las grandes distribuidoras sí que tenemos acuerdos o contratos para pactar las condiciones de venta y los márgenes con los que vamos a trabajar. En otros casos trabajamos en función de la demanda o de los lanzamientos que se realicen en un cierto tiempo.

Pregunta: ¿De qué manera se seleccionan los títulos que van a estar a la venta?

[3] Respuesta: En primer lugar, el representante de la distribuidora se pone en contacto con nosotros para presentarnos las novedades y nosotros elegimos que libros vamos a tener en la tienda. Los de escritores importantes los vamos a tener siempre, y luego con el resto vamos probando o según recomendación de la distribuidora, no existe una forma fija de trabajar en este aspecto.

Por otro lado, en cuanto a la distribución de los libros autopublicados, normalmente solemos trabajar bajo demanda del cliente, es decir los tenemos en nuestro catálogo, pero no en tienda física y si el cliente lo pide se lo podemos traer aquí.

Pregunta: ¿Realizáis algún estudio de mercado para analizar las preferencias o necesidades del consumidor?

[4] Respuesta: El departamento de marketing es el que lleva esos temas, más relacionados con lo comercial. Más que estudios de mercado, que también manejan datos

de ese tipo se guían por la experiencia de lo que suele gustar al público mayoritario. Además como contamos con muchas secciones podemos llegar a todo los tipos de lectores. En relación al público, lo que más suele vender, a pesar de su fluctuación, es la novela histórica, la romántica y la narrativa moderna.

Pregunta: ¿Cuánto tiempo se mantiene un título a la venta?

[5] Respuesta: Eso va a depender mucho del título, por ejemplo un “best seller” puede estar varios años en nuestras estanterías, o los clásicos de la literatura española que debido a la alta demanda en los colegios los tenemos siempre aquí.

En cambio si vemos que un libro no se vende como esperábamos, lo retiramos a los pocos meses o incluso semanas si tenemos que reponer con otros títulos, eso es una decisión del departamento comercial. Pero necesitamos una cierta rotación, y para dar cabida a las novedades necesitamos retirar los títulos que menos se han vendido.

Pregunta: En cuanto a los escritores noveles ¿Tenéis contacto directo con los ellos?

[6] Respuesta: Realmente nosotros no trabajamos directamente con casi ningún escritor. Los escritores se ponen en contacto con las editoriales para poder publicar sus libros, aunque sí que es cierto que algunos deciden auto publicarse, pero esos libros normalmente los vendemos por encargo del cliente.

Pregunta: Para finalizar, cómo ha evolucionado el mercado del libro en los últimos años y cómo han afectado las nuevas tecnologías a este mercado ¿Han ayudado o han perjudicado?

[7] Respuesta: La verdad es que se ha mantenido bastante constante. Es cierto que en los años del inicio de la crisis económica, hace unos 10 años, hubo un bajón importante en las ventas en relación a los años anteriores, pero se ha ido recuperando poco a poco.

A día de hoy el mercado se encuentra en un buen estado, a la gente le gusta leer y todavía se valora el libro en papel. Las nuevas tecnologías, más que ayudar o perjudicar, simplemente han cambiado un poco la estructura del sector. Ahora hay un sector de lectores que lo hacen mediante E-book pero no por ello dejan de consumir libros en papel, aunque quizás en menor medida.

Sí que es cierto que las grandes distribuidoras como Amazon son competencia para tiendas como las nuestras, pero el cliente fiel siempre vendrá a la tienda a comprar o simplemente a revisar las novedades que van saliendo.

II. Entrevista en Estudio de escritura. Julio Espinosa

[1] Buenas tardes Julio. Cuéntanos sobre la labor que realizáis en el Estudio de escritura.

Realizamos multitud de actividades, aunque la principal son los talleres presenciales con nuestros alumnos con la idea de formar futuros escritores. También tenemos charlas de escritores invitados, lo cual es muy atractivo.

El Estudio de Escritura es un proyecto formado por un grupo de personas con una amplia experiencia literaria. Nuestra filosofía es que el arte literario posee una parte de técnica y disciplina, lo cual tratamos de enseñar forma transparente. Trabajamos siempre desde la honestidad y la dedicación.

[2] Háblanos de tus inicios en el mundo de la escritura. ¿Cómo empezaste y cómo surgió la idea de dedicarte a ello?

Recuerdo escribir mis primeros poemas con alrededor a los 12 años. Pero hubo una anécdota curiosa: con 14 años participé en un concurso de mi colegio junto con mi hermano pequeño. Cuando leí su poema me di cuenta que era mucho mejor que el mío, así que decidí dejar de escribir. ¿Para qué iba a escribir si en mi familia había alguien que lo hacía mejor que yo?

Años después comencé a estudiar ingeniería industrial, pero en pocos meses me di cuenta que no era lo mío. Estuve un tiempo sin saber qué hacer con mi vida, así que comencé a escribir, lo cual me ayudó mucho. Desde entonces no he parado de escribir.

[3] ¿Cómo surgió la idea de venir a España para dedicarte al mundo del libro?

Yo vine a España con 26 años. Ahora no conozco muy bien la situación allí, pero hace 20 años Chile era un gallinero muy “chico” con muchos gallos, entonces era muy complicado poder vivir de la literatura. Vine a España con la idea ingenua de poder vivir de mis libros. Al final he conseguido ganarme la vida con la literatura, pero de una forma que no esperaba.

[4] Teniendo en cuenta tu obra como escritor, haznos un breve resumen de ella. ¿Te describes como poeta?

Me describo como poeta y novelista. Tengo 8 libros de poesía publicados y 2 novelas, las 2 publicadas en Chile. Los libros de poemas tan solo los 2 primeros fueron publicados en Chile y el resto en España.

[5] Entonces imagino que conoces tanto el mercado chileno como el español. Háblanos de ellos a grandes rasgos.

Hablar de mercado en poesía es realmente complicado. Actualmente en España ha surgido un fenómeno dentro de la poesía relacionado con las redes sociales, lo cual hace diferenciar el mercado de la propia escritura en sí. Yo como profesor de escritura no puedo centrar mi enseñanza en el mercado. Te pongo un ejemplo: hace unos meses ganó uno de los premios con más prestigio del mundo editorial Elvira Sastre con un libro donde los críticos coinciden que está pésimamente escrito, pero que lo comprarán miles de personas porque tiene miles de seguidores en las redes sociales. Si buscas calidad en los versos de estos “escritores youtubers” puedes encontrar algún destello, pero muchos de ellos ni siquiera han leído a los poetas básicos, con lo que hacen cosas sin criterio.

Una cosa es lo que se vende durante un periodo de tiempo corto y otra es lo que con el tiempo se revaloriza, tanto en la poesía como en la narrativa. Quizás esto pueda pasar con estos escritores generados mediante las redes, que pueden tener un éxito momentáneo, todo el mundo a su alrededor le dice que son muy buenos y terminan convirtiéndose en “juguetes rotos” de la industria editorial.

Por tanto, yo creo que si haces algo bueno hay muchas posibilidades de que te publiquen, aunque hoy en día no es una condición indispensable.

[6] En relación a esto que comentas, ¿Cómo funcionan hoy en día las editoriales, se han ido más a por estos autores o se sigue apostando por la calidad editorial?

Esto es la confusión que generan las redes sociales, es decir, para la industria a corto plazo es bueno, porque tanto las editoriales como estos autores van a vender mucho.

Pero también tiene su lado negativo. Te pongo un ejemplo que refleja cómo funcionan hoy en día las editoriales: Seix Barral, que ha sido considerada durante muchos años como una importante editorial literaria. La gente no compraba el libro por su autor, sino por la propia editorial, ya que generaba confianza en el lector. Pero ha ido transformándose e incorporando autores famosos en redes sociales dejando de lado a autores literarios, lo que conlleva la pérdida de esa confianza por parte de un sector del público, y en muchos casos pierdes a ese cliente potencial.

Una editorial no debería funcionar por ramalazos y éxitos momentáneos, sino generar confianza en el lector basándose en la calidad para ir creciendo y prosperar a largo plazo.

Por otra parte, las grandes editoriales, como empresas que son y en busca de su beneficio, siguen actualmente 2 estrategias diferenciadas: pueden buscar dar el campanazo con un autor sacado de las redes sociales que les asegure con un solo libro un número altísimo de ventas; o por otro lado tener una masa crítica de lectores que confíen en sus publicaciones y generar esa confianza en lector para ir creciendo en base a ello.

[7] ¿Cómo crees que han influido las nuevas tecnologías a este mundo editorial?

Yo destacaría un fenómeno muy curioso: en los últimos años han surgido editoriales online, sobre todo en narrativa, que en el fondo son imprentas 3.0, donde la gente paga por publicar su libro, algo que prácticamente no existía hace 10 años.

Esto está muy vinculado también con el fenómeno de las redes sociales y con el mundo en el que vivimos. Mucha gente está más interesada en publicar algo, lo que sea y como sea, que en tomarse su tiempo en escribir, contrastar y corregir algo bueno.

Lo que genera esto es un ambiente de “me auto-publico porque nadie me publica”, y yo me pregunto: ¿Por qué no te publican si durante tantos años el sector editorial ha ido abriendo las puertas a nuevos autores? Es necesario persistir y tomarse un tiempo para tener una obra en condiciones.

Las editoriales necesitan nuevos autores, lo que pasa es que hay más posibles autores que los que realmente el mercado demanda, con lo cual suponen un filtro. Además cada editorial busca un perfil específico.

El problema es que vivimos en una época en la que el click de “me gusta” es tan fácil, que no aceptamos un “no” por respuesta. Como consecuencia este filtro de las editoriales se ha ido reduciendo.

[8] Háblanos, hasta donde conozcas, de estas editoriales online que han surgido en la última década.

Lo que hacen realmente estas empresas es responder positivamente casi siempre porque ellos ganan con cada publicación. Te hacen un presupuesto y tú decides que hacer. Esto se debe a que hay mucha gente que quiere publicar sin haber recibido formación o sin haber leído suficiente.

Además, por mucho que te digan que vas a estar en grandes superficies como Fnac o en La casa del libro, es mentira. Ya existen suficientes novedades de editoriales tradicionales que las tiendas no apuestan por llenar sus estanterías con libros de autoedición.

[9] Vamos ahora a hablar de precios. ¿Cuánto percibe realmente el autor por la venta de uno de sus libros publicado mediante una editorial tradicional?

Los porcentajes se reparten más o menos en un 30% para el editor, otro 25 a 30% para el distribuidor y un 30% para el vendedor. El 10 a 15% restante es lo que le queda al autor. Eso es para la mayoría de escritores, luego están las excepciones. Los escritores grandes sí que consiguen aumentar hasta un 50% su ingreso por libro vendido.

[10] Por último, te queremos preguntar sobre cómo afrontar la edición y publicación de un libro en cuanto a un escritor novel de narrativa. ¿Cómo lo harías?

Lo primero que tienes que saber es si ese libro vale la pena, y para eso hace falta tener a alguien de confianza que te revise el escrito, o a un buen editor con su consultoría asociada que te corrija el libro.

Después hay que ubicar y seleccionar las editoriales que encajen con el perfil de tu obra y empieza a mandar el libro, si puede ser impreso en papel acompañado de una carta de presentación y un resumen de la obra.